

**Konstanze Marx (Berlin)**

## **Liebesbetrug 2.0 – Wie emotionale Illusionen sprachlich kreierte werden**

### **1. Einleitung**

Liebesbeziehungen, die im virtuellen Raum entstehen, bieten für linguistische Untersuchungen zum Zusammenwirken von Sprache und Emotion<sup>1</sup> eine wertvolle Grundlage. Nachdem der private Liebesdiskurs für Forscher lange Zeit weitestgehend verschlossen oder nur approximativ über literarische Texte zugänglich war, eröffnen sich durch das Internet<sup>2</sup> Wege in die Kommunikation zwischen Personen, die sich in der Initialphase einer romantischen Beziehung befinden oder bereits in einer romantischen Beziehung zueinander stehen. Die Rahmenbedingungen des Internets geben hier – besonders in der Initialphase – eine Kommunikation vor, die hauptsächlich auf Sprache basiert. Phasen und Facetten einer sich anbahnenden und auch gelebten romantischen Beziehung, wie das Kennenlernen, das Flirten, das Wiedertreffen usw., müssen also größtenteils verbalisiert und kommentiert, nonverbale Kanäle müssen substituiert<sup>3</sup> werden. Dennoch (oder gerade deshalb) scheinen Internetnutzer einen neuen durchaus praktikablen Weg zur Etablierung sozialer Kontakte gefunden zu haben.<sup>4</sup> So wird das Internet als Partnerbörse als erfolversprechend erachtet und positiv bewertet (vgl. Ben-Ze'ev 2004). Netzkontakte werden als imaginativ aufgeladen

- 
- 1 Dass die detaillierte Auseinandersetzung mit Interaktionen zwischen sprachlichen und emotionalen Faktoren anerkannter Gegenstand der gegenwärtigen linguistischen Forschung ist, ist der Sprach- und Kognitionswissenschaftlerin Monika Schwarz-Friesel zu verdanken, die im Jahre 2007 die wegweisende Monographie „Sprache und Emotion“ publizierte.
  - 2 Ich verwende den Terminus *Internet* hier sehr weit, weil umgangssprachlich die durch das Internet verfügbaren Internetdienste (Email, www u. a.) in das Konzept INTERNET einfließen (vgl. Runkehl u. a. 1998, S. 3).
  - 3 Substitutionsvarianten para- oder nonverbaler Informationen im www sind beispielsweise sogenannte Emoticons. Intensität oder Prosodie werden mittels graphischer Modifikationen vermittelt. In der Literatur sind diese Vorgehensweisen ausführlich beschrieben worden, vgl. u. a. Beißwenger (2000), Kalinowski (1999), Pankow (2003).
  - 4 Der Online-Kontaktbörsen-Markt verzeichnet in den letzten Jahren steten Zuwachs, ungefähr 5,5 Millionen Menschen (Schulz u. a. 2008) suchen ihr persönliches Liebesglück im Internet.

und hochgradig romantisiert und erotisiert empfunden (vgl. Döring 2003), sie gelten gar deshalb als gefährlich, weil sie „auf der Basis mehrdeutiger digitaler Botschaften das seelische Gleichgewicht [und das geregelte Ehe- und Familienleben] der Beteiligten allzu schnell durcheinander[bringen]“ (ebd., S. 3). Gleichzeitig wird die im Internet leicht zu wahrende Anonymität als Vorteil erachtet, die sogenannte „Depersonalisierung“ gilt nicht nur als Voraussetzung für eine besonders persönliche Ebene (vgl. Chenault 1998), sondern bietet auch Schutz. Somit begegnen Menschen in virtuellen Räumen einander mit weniger Skepsis. Jedoch stehen Nutzern, die sich etablierende soziale Kontakte im Netz eher vertrauensvoll und aufgeschlossen betrachten, Nutzer gegenüber, die dieses Vertrauen missbrauchen. Im Kontext von romantischen Beziehungen werden diese Nutzer als „Romance-Scammer“<sup>5</sup> oder – wenn es sich um mutmaßlich weibliche Täter handelt – als „Bride-Scammer“<sup>6</sup> bezeichnet. Es gelingt ihnen allein über Internetdienste sowohl eine hochqualitative Vertrauensbasis zu generieren als auch tiefe Zuneigung gar Verliebtheit oder Liebe<sup>7</sup> beim Opfer zu evozieren. Ihre Opfer geraten in eine Form emotionaler Abhängigkeit, in der sie letztlich unkritisch agieren und beispielsweise große Geldsummen an einen Unbekannten, eine Unbekannte überweisen.

Durch den Tatbestand des sogenannten „Vorschussbetrugs“ im Rahmen (zu- meist organisierter) virtueller Heiratsschwindelei ist Privatpersonen im Zeitraum 2008-2010 ein Schaden von ca. 7 Millionen Euro<sup>8</sup> entstanden. Nach wie vor ist das Thema für eine spezifische Gruppe unserer Gesellschaft relevant, wie die hoch frequentierten Internetforen<sup>9</sup> für Opfer zeigen.

Im Rahmen der linguistischen Persuasionsforschung ist es nun von besonderem Interesse, wie es den Betrügern gelingt, ihre Opfer zu überzeugen und sie

---

5 Ich verwende hier die Termini „Romance-Scamming“, „(virtueller) Liebesbetrug“, „Liebesbetrug 2.0“ und „(virtueller) Heiratsschwindel“ synonym.

6 Im Folgenden werde ich eine Unterscheidung zwischen männlichen und weiblichen Scammern nur dann treffen, wenn ich sie als theoretisch relevant erachte. In allen anderen Fällen bediene ich mich des generischen Maskulinums, weibliche Täter sind jeweils mitgemeint.

7 Siehe zur Unterscheidung der emotionalen Zustände Mees/Wulf 2011.

8 Allein in einem Fall waren es 240.000 € (Angaben von Ute Mickerts, Gründerin des Forums contra-romance-scamming.de).

9 In diesen Foren tauschen Opfer sich über Erfahrungen aus, stellen Informationen über Täter und Täterinnen ein. Auf diese Weise konnten inzwischen ca. 14000 Scammer-Profile aufgedeckt werden.

ohne jemals physisch anwesend zu sein in einen (emotionalen) Zustand zu versetzen, in dem sie über alle Zweifel erhaben sind, selbst wenn es zu einer Geldforderung kommt. Es wird hier davon ausgegangen, dass sich die kalkulierte Emotionskreation als erfolgreiche persuasive Strategie identifizieren lässt.

Ich werde in diesem Aufsatz zeigen, auf welchen Parametern diese Strategie beruht und an authentischen Textbelegen exemplifizieren, mit welchen sprachlichen Mitteln diese Strategie umgesetzt werden kann. Die hier vorgestellte Analyse basiert auf 556 Täter-E-mails, die thematischen Foren im WorldWideWeb (www)<sup>10</sup> entnommen worden sind oder sowohl von Opfern<sup>11</sup> als auch von Staatsanwaltschaften im Anschluss an abgeschlossene Verfahren anonymisiert und für das Forschungsprojekt zur Verfügung gestellt worden sind.<sup>12</sup>

## 2. Das www als Projektionsfläche für Emotionen

Heiratsschwindel ist kein neues Phänomen: Männer und Frauen, die in unlauterer Absicht Beziehungen eingehen und sich auf diese Weise Zugang zu den finanziellen Ressourcen ihrer Partnerin/ ihres Partners verschaffen, hat es lange vor der Erfindung des Internets gegeben. Bevor sich jedoch Internetdienste wie das www als alternative Kommunikationswege etablierten, waren romantische Beziehungen auch im Betrugsfall mit physischer Nähe und damit einer ungleich höheren Anzahl von positiven Reizfaktoren verbunden. Für Menschen, die in betrügerischer Absicht handelten, bedeutete es sprichwörtlich körperlichen Einsatz, hohen organisatorischen Aufwand und konsequent realisierte Ignoranz zwischenmenschlicher, moralischer Werte, in dem sie ihren Opfern beispielsweise beim Lügen in die Augen schauen mussten. Heiratsschwindel funktionierte u. a. deshalb so gut, weil nach den Regeln einer sich etablierenden wahrhaften

---

10 Internetforen: <http://www.contra-romance-scam.de> und <http://anti-scam.de>.

11 An dieser Stelle sei all jenen gedankt, die mir ihr Datenmaterial zur Verfügung gestellt haben, deren Namen ich aus daten- und opferschutzrechtlichen Gründen jedoch nicht nenne.

12 Die Menschen, die Opfer emotionalen und finanziellen Betrugs geworden sind, reagieren auf unterschiedliche Weise. Einige sind bereit über ihre Erfahrungen zu sprechen und über Risiken aufzuklären. Es gibt Opfer, die nach wie vor online aktiv sind. Andere ziehen sich zurück und versuchen, das Erlebte zu verdrängen oder allein zu verarbeiten. Die diversen Bewältigungsstrategien sollen hier weder evaluiert noch weiter thematisiert werden. Sie dienen lediglich dazu, die erschwerten Bedingungen bei der Datenerhebung zu illustrieren.

Liebesbeziehung „gespielt“ wurde und sich zunächst kein Raum für Zweifel, die über das Normalmaß hinausgingen, eröffnete.

Aufgrund der eher limitierten kommunikativen Kanäle, über die das www verfügt, würde man nun intuitiv davon ausgehen, dass sich die Umsetzung des Liebesbetrugs über Internetdienste weitaus schwieriger gestaltet oder gar nicht möglich ist. Nicht nur die oben angegebenen Opferzahlen sprechen aber gegen diese Annahme. Döring (2000, S. 40) zeigt beispielsweise, dass sich die wesentlichen Konstituenten einer Liebesbeziehung (Leidenschaft, Intimität und Verbindlichkeit, vgl. u. a. Bierhoff/Grau 1999) über digitale Text-, Ton- und Bildbotschaften verwirklichen und auf diese Weise durchaus reine Netzbeziehungen pflegen lassen. Auch wenn es sich hierbei nicht um ein Massenphänomen<sup>13</sup> handelt (vgl. Döring 2000, S. 40), scheint es Menschen zu gelingen, spezifische interpersonelle Kanäle online zu überbrücken. Eine große Rolle scheint dabei zu spielen, dass sich auf den nicht durch körperliche Nähe oder Alltagsprobleme besetzten Ebenen Projektionsflächen ergeben, die mit Wunschkonstruktionen und Träumen ausgefüllt werden. Diese Strategie dient dazu, die Realität konsequent auszublenden. Die Befriedigung, die hieraus entsteht, vermag vermutlich die Defizite nicht nur auszugleichen, die für eine Partnerschaft entstehen, wenn die an der Beziehung Beteiligten nicht gleichzeitig am gleichen Ort präsent sind oder sogar niemals sein können. Die besonders schwierigen Umstände der Beziehung (beinahe unüberbrückbare räumliche Distanz, Misstrauen von Familienangehörigen etc.) wirken sich vermutlich gerade positiv auf die entstehende emotionale Bindung aus. Es zeigt sich hier ein in der Psychologie als Reaktanz beschriebenes Phänomen (vgl. Brehm 2006). Menschen sind also durchaus in der Lage, tiefe Gefühle für Personen zu entwickeln, denen sie noch nie begegnet sind, deren Offline-Identität<sup>14</sup> demzufolge ungeklärt ist. Die wahrscheinlich wichtigste Voraussetzung dafür, sich emotional auf eine fremde Person einzu-

---

13 Einer leider schon etwas älteren Erhebung von Parks/Floyd (1996, zitiert bei Döring 2000, S. 40) zufolge, gehen 8% der von ihnen untersuchten Stichprobe von Personen, die an Newsgroups teilnehmen, romantische Beziehungen im Netz ein.

14 In sogenannte Online-Identitäten fließen oftmals Wunschkonstruktionen der Internetnutzer ein, sie schlüpfen hier in eine Rolle, die in vielen Fällen nur selten Gemeinsamkeiten mit der Rolle, die die entsprechenden Personen im wahren Leben spielen, aufweist. Weiterführend wird diese Problematik bei Thimm/Ehmer (2000), Döring (2010) oder Bahl (1997) erörtert.

lassen, ist eine ausgeprägte Einsamkeit und der daraus resultierende aufrichtige Wunsch eine/n Lebenspartner/in kennenzulernen.

Personen, die Opfer von virtuellem Heiratsschwindel geworden sind, waren ernsthaft auf der Suche nach einem Partner. Oftmals gingen ihrer Registrierung in (kostenpflichtigen) Online-Partnerbörsen negative Erfahrungen in Bezug auf Paarbeziehungen voraus. Weitere Informationen, die sich zu einem Opferprofil zusammenführen ließen, sind rar. Vom Romance-Scamming können sowohl Männer als auch Frauen betroffen sein. Angaben darüber, ob Frauen häufiger Opfer werden als Männer, gibt es nicht. Insgesamt können keine genauen Opferzahlen ermittelt werden, weil eine ungewisse Anzahl von Opfern aus Scham und mangelnder Aussicht auf einen Aufklärungserfolg von einer Anzeige absieht. Angaben aus Telefoninterviews, die ich geführt habe, lassen darauf schließen, dass es sich meist um alleinstehende Personen mittleren Alters handelt, die durchaus versiert im Umgang mit dem Computer sind und über gute Englischkenntnisse verfügen. Dabei haben sie jedoch vergleichsweise wenig Erfahrung mit dem www.

### **3. Zur Strategie der Emotionskreation**

Ich habe skizziert, dass potentielle Romance-Scamming-Opfer vermutlich eine (emotionale) Disposition aufweisen. Interessant für die linguistische Analyse ist aber nun, über welche persuasiven Strategien es den Tätern gelingt, eine Vertrauensbasis zu generieren und ihre Opfer emotional zu manipulieren. So muss das Opfer davon überzeugt werden, dass es ein Gegenüber gibt, das tiefe Liebe empfindet. Dieses Gegenüber muss selbst auch liebenswert sein. Weiterhin muss sich das Opfer als (wieder) liebenswert erachten.

Ich gehe davon aus, dass Täter, die Emotionskreation intuitiv über die drei Parameter Wertigkeit/Qualität, Intensität und Dauer initiieren. Diese Parameter sind konstitutiv für Emotionen und werden in diversen Abhandlungen als wesentliche Eigenschaften von Emotionen beschrieben (vgl. Schwarz-Friesel 2007, S. 69; Rost 2001; Schmidt-Atzert 1996 u. a.). Im Folgenden werde ich zeigen, wie den jeweiligen Parametern sprachliche Handlungen der Täter zugeordnet werden können.

### **3.1 Parameter der Wertigkeit/Qualität**

Zwei Täter-Strategien führen dazu, dass Opfer die sich generierende romantische Beziehung als positiv evaluieren. Es handelt sich hierbei zum einen um die Form, die der Täter wählt, sich selbst zu charakterisieren. Zum anderen spielen die Gründe, die er für die virtuelle Kontaktaufnahme angibt, eine wesentliche Rolle.

#### **3.1.1 Erwartungshaltungskonforme Selbstdarstellung**

Romance-Scammer präsentieren ein erwartungshaltungskonformes Bild ihrer Person. Angaben zu ihrem Äußeren, ihrer sozialen Herkunft, ihrem Beruf, ihren Charaktereigenschaften, ihrem Gesundheitszustand, ihrer Familiensituation und ihrer Einstellung zu relevanten Themen entsprechen also größtenteils den Erwartungen des Opfers. Diese Erwartungen variieren zwischen männlichen und weiblichen Kontaktsuchenden. Innerhalb einer Geschlechtsgruppe ergeben sich jedoch auffällige Überschneidungen, wie Untersuchungen dazu, welche Ansprüche Frauen und Männer an potenzielle Partner/innen stellen, belegen. So hat Riemann (1999, S. 188) im Rahmen einer Analyse von 16.789 Kontaktanzeigen nachgewiesen, dass der Akzeptanzgrad von Kontaktanzeigen höher ist, wenn Männer beispielsweise ihre hohe soziale Stellung und Frauen ihre körperliche Attraktivität herausheben.

Die Studie von Schulz/Zillmann (2009) legt den Schluss nahe, dass dieses traditionelle Stereotyp beim Onlinedating an Bedeutung verliert und Kontaktsuchende vielmehr ein ganzes Merkmalsbündel, das Komponenten wie Bildung und physische Attraktivität einschließt, berücksichtigen. Dabei bevorzugen sie insgesamt Partner, die ihnen ähnlich sind. Im Falle von Diskrepanzen im Bereich des Ausbildungsniveaus zeigen Skopek u. a. (2011) allerdings, dass es für Männer kaum problematisch ist, Frauen zu kontaktieren, die eine geringere Bildung aufweisen. Frauen hingegen kontaktieren kaum Männer mit geringerem Bildungsniveau. Für Frauen spielen vor allem die „Fähigkeit und Bereitschaft des Mannes, für eine Frau und ihre Kinder zu sorgen und sie zu beschützen, und seine Fähigkeit und Bereitschaft, sich für die Beziehung und die Familie auch emotional zu engagieren“ (Hejj 1996, S. 15) eine wesentliche Rolle. Hinsicht-

lich des Alters konnte von Skopek (2006, S. 3) nachgewiesen werden, dass Frauen im Alter von 25-35 Jahren die besten Chancen haben, angeschrieben zu werden. Für Männer gibt es eine kontinuierliche Wertentwicklung über das Alter, die erst ab einem Alter von Mitte 60 abnimmt (vgl. ebd., S. 3). Das Alter lässt sich also als absolute marktwertrelevante Variable betrachten. Ähnlich verhält es sich mit der physischen Attraktivität, die in der hier zitierten Studie zunächst über den Körpermaßindex<sup>15</sup> bestimmt wurde. Normalgewichtige Frauen weisen die höchsten Kontaktraten auf (vgl. ebd., S. 6). Für Männer lässt sich eine derart eindeutige Aussage jedoch nicht treffen, übergewichtige Männer scheinen in etwa dieselben Chancen auf dem Online-Kontaktbörsen-Markt zu haben wie normal- oder untergewichtige. Mangelnde männliche Attraktivität kann durch Erfolg im Beruf, hohen sozialen Status, Ehrgeiz, Durchsetzungsvermögen, Intelligenz, finanzielle Sicherheit und emotionales Engagement kompensiert werden (vgl. Riemann 1999, S. 29-30).

Auch wenn sich alte Stereotype inzwischen nicht mehr konsequent aufrechterhalten lassen, gibt es doch Faktoren wie Alter, Bildung und physische Attraktivität, die die Partnerwahl on- und offline nach wie vor beeinflussen und sich dahingehend zusammenfassen lassen, dass für Frauen die Ernährer- und Beschützerrolle des Mannes von besonderem Wert ist, während Männer Frauen bevorzugen, deren körperliche Konstitution auf Gesundheit und Fruchtbarkeit schließen lassen (vgl. Hejj 1996). Ich werde im Folgenden zeigen, dass die Selbstdarstellungen der männlichen und weiblichen Täter diesen Eindruck verstärken.

Männliche Scammer zeichnen in den meisten Fällen das Bild eines fürsorglichen alleinerziehenden Witwers (Bsp. 1, 2, 3), sie geben sich als Gentleman aus gutem Hause aus, der intelligent und erfolgreich im Beruf ist, gern Konversation betreibt, großzügig ist, einen Sinn für Gemütlichkeit besitzt, gerne kocht,

---

15 Zu dieser Methode sei angemerkt, dass die physische Attraktivität eines Menschen individuell evaluiert und von weit mehr Faktoren determiniert wird. Es stellt sich sogar die Frage, inwieweit hierbei der Körpermaßindex eine Rolle spielt. In Onlineprofilen, die kein Foto enthalten, bleiben Angaben über Größe oder Gewicht höchstwahrscheinlich aber die einzigen Kriterien, die Rückschlüsse auf die körperliche Konstitution und damit relativierte angenommene Attraktivität erlauben.

die Dame aber auch gern ausführt und sich gleichzeitig das „Kind im Manne“ bewahrt hat (Bsp. 4).<sup>16</sup>

(1) Ich bin Rodger XXX<sup>17</sup> und ich bin ein Witwer und Vater [...].

(2) [...] I am looking for someone who is going to care about me and my son because since his Mom Died he had been feeling lonely [...] (Andres)<sup>18</sup>

(3) I have been single for 3 years now since I lost my wife in a car accident, I have a son he is 19 years old. (Steve)

(4) I feel I'm very blessed person. Family values are very important to me. I have been blessed with loving parents [...]. I'm in good health. I enjoy travelling and learning different cultures. I been to many places, reading and more. I am someone who is intelligent, secure, open minded gentleman. I love being witty, playful, generous, affectionate, and courteous. Some times a little goofy yet I have a serious side too. I believe in being supportive, honest, caring, sensitive, gentle, respectful, helpful, and loyal. I enjoy conversation over coffee or tea; I also enjoy cooking and I like dining out. (Mark)

Die Beispiele verdeutlichen, dass männliche Scammer bemüht sind, Charaktereigenschaften hervorzuheben, die nicht nur absolut gesehen positiv sind, sondern auch mit den Präferenzen einer offenbar hohen Anzahl von Frauen übereinstimmen. Die Fotografie, die Scammer ihrer Selbstdarstellung beifügen, verstärkt diese Spezifika. Bewusst werden hier keine Fotos von Fotomodellen kopiert, sondern von durchschnittlichen, durchaus attraktiven, aber vor allem sympathisch wirkenden Männern.<sup>19</sup>

Die Selbstdarstellungen weiblicher Scammer hingegen sind typischen männlichen Erwartungen angepasst. Bride-Scammer geben jeweils ein Alter an, das

---

16 Die zitierten Beispiele wurden nicht korrigiert, sondern originalgetreu übernommen.

17 Da es sich hier um Nachrichten handelt, die nachweislich in betrügerischer Absicht geschrieben wurden, ist davon auszugehen, dass auch die Namen frei erfunden sind.

18 Eine Vielzahl der Texte liegt in englischer Sprache vor. Texte, die in deutscher Sprache verfasst worden sind, legen die Vermutung nahe, dass mit einem Übersetzungsprogramm gearbeitet worden ist.

19 Bei Fotos, die von Romance-Scammern als Profilfotos verwendet werden, handelt es sich immer um aus dem www gestohlene Bilddateien.



zwischen 25 und 35 liegt, beschreiben in den meisten Fällen ihr Aussehen recht detailliert (Bsp. 5) und präsentieren sich körperbewusst (Bsp. 6). Es werden traurige Schicksale, die zumeist dadurch gekennzeichnet sind, dass die Frauen ohne Vater (Bsp. 7) oder gar ohne Eltern (Bsp. 8) aufwachsen mussten und schlechte Erfahrungen mit Männern gemacht haben (Bsp. 9) mit dem Ziel präsentiert, das Bild eines schutzbedürftigen Mädchens zu kreieren und an den Beschützerinstinkt des Mannes zu appellieren.

- (5) [...] ich bin 27 Jahre alt. [...] Meine Körpergröße ist 172 Zentimeter zur gleichen Zeit, habe ich 61 Kilo Gewicht. (Oxana) *oder* Mein Name ist Inna und mich über 27 Jahre. Mein Wachstum von 173 Zentimeter und mein Gewicht von 55 kg. (Inna)
- (6) Ich zusammen mit der Freundin, gingen in fitness das zentrum. [...] Was unseren Körper in die gute Form zu halten. (Tania) *oder* beschäftige ich mich so oder mit der Aerobic (es bemühe sich es zu machen 3 Male in der Woche) (Alina)
- (7) [...], die Mutter 53 Jahre, meinem Vater 65 Jahre“ Meine Eltern ließen sich scheiden, als meine Geburt. Ich bin sein Vater nie gesehen, und meine Mutter davon erzählt nichts!(Alexia)
- (8) [...], dass ich als Kind in einem Waisenhaus lebt ohne Eltern. (Maria)
- (9) [...] Ich hab noch nie verheiratet, aber ich wurde von Männern verletzt. (Elena)

Weibliche Scammer stellen sich als sitzsa (Bsp. 10, 11) und häuslich (Bsp. 12) dar, dabei sind sie intelligent, fleißig und demütig, wie die Beispiele unter (13) zeigen.

- (10) Ich bin ein einfacher christlichen Mädchen [...]. (Irina)
- (11) Manchmal, wenn ich nach unten gehen auf die Stra?e, sehe ich Madchen, die in meiner Hand halten eine Flasche Schnaps und rauchen Zigaretten. Ist das normal? Was macht mich traurig, [...]. (Elena)

- (12) Die Großmutter hat mich [...] immer gelehrt und allen mache ich in der Küche selbst [...]. (Marina)
- (13) [...] Ich Der Verkäufer in Lebensmittelgeschäft. In Wirklichkeit habe ich die Universität beendet. Meine Spezialisierung ist die Versicherung. (Ok-sana) *oder* [...] Ich arbeite als Verkäufer in einem Blumenladen. Von Kindheit an hat mir gefallen die Blumen. Ich studierte an der Universität Professor für Biologie. (Olesya)

Vorhersagen zum Thema Kinder zu machen, gestaltet sich als schwierig. Weibliche Scammer halten sich hierzu mit konkreten Aussagen zurück und signalisieren Kompromissbereitschaft (vgl. Bsp. 14).

- (14)[...] ich habe keine Kinder und ich bin bereit zu haben, wenn der Mann, ich bin suchen möchten auch .. Und wenn nicht Das heißt, ich nicht brauchen. (Shelly)

### 3.1.2 Motivation für die Partnersuche über das www

Scammer entwerfen aber nicht nur hinsichtlich ihrer Charaktereigenschaften und Äußerlichkeiten erwartungshaltungskonforme Profile von sich. Die Angaben, die sie zu ihrer Motivation machen, einen Partner über das Internet zu suchen, runden das Bild eines vertrauenswürdigen Menschen ab.

SERIOSITÄT wird über Internetunerfahrenheit, die in 90% der Korrespondenz initiiierenden Nachrichten thematisiert wird (Beispiele in 15), über die kritische Reflexion über Online-Kontaktbörsen und darüber konzeptualisiert, dass ein Interesse an einer ernsthaften Beziehung bekundet wird (35% der Emails), vgl. Bsp. 16. Damit einhergehend werden in 45% der Emails moralische Ansprüche (wie Aufrichtigkeit, Ehrlichkeit, Anständigkeit, Vertrauenswürdigkeit) an den potenziellen Partner/die potenzielle Partnerin explizit formuliert, vgl. Bsp. 17.

- (15) Ich will sofort sagen, dass diese meine erste Bekanntschaft mit dem Mann ins Internet. (Tatyana) *oder* Ganz vor kurzem habe ich im Fernsehen, [...] Interview mit einer Frau aus Australien gesehen [...], trafen sie einen Mann durch eine Online-Dating-Service [...]. Und sehr glücklich. Sie hat

sehr starke Familie und 2 Kinder, leben sie in einem Ort mit [...] Mann seit über 5 Jahren und sehr glücklich. (Margarita) *oder* Natürlich, es ist das Experiment für uns, [...] (Marina) *oder* war es mein Sohn, der mich in dieser Seite einschrieb, weil er mir sagte, dass einer seines Freunds in der Schule die Mutter verheiratete sich von der Seite, (Andrew)

- (16) [...] und die Spiele nicht haben, da ich suche Die ernstesten Beziehungen. (Tatyana) *oder* I'm looking for a true intimate and meaningful relationship [...] (Mark) *oder* I am looking for the "One". What does that mean to me? She is the person that you can't wait until she comes home from work so you can kiss her and sit down and relax in front of the TV or go out and spend an evening together. (Walter)

- (17) Ich kann viel verzeihen, aber nicht Verrat und Lüge! (Nadezhda) *oder* Es wäre wünschenswert, zu vertrauen, dass Sie sehr gute und anständige Person, die die großen und gutigen Herz hat! (Maria)

Es lässt sich also für den Parameter der Wertigkeit/Qualität zusammenfassen, dass in den Selbstdarstellungen Stereotypen vom fürsorglichen Vater und treusorgenden Ehemann, der sich das *Kind im Manne* bewahrt hat und dem lieben, [schutzbedürftigen, unerfahrenen], unverdorbenen Mädchen (vgl. Stolt/Trost 1976; Hofstätter 1960) bedient werden, um die sich anbahnende virtuelle Beziehung qualitativ hochwertig zu gestalten. Gemeinhin als positiv akzeptierte und für eine offline-Beziehung konstitutive Werte werden auch als Voraussetzung für das Gelingen der virtuellen Beziehung formuliert. Bemerkenswert ist nun, dass sich Scammer in dieser Verfahrensweise nicht maßgeblich von anderen Kontaktsuchenden unterscheiden. Wer einen Partner über mediale Umwege (Kontaktanzeigen/Online-Kontaktbörsen) sucht, ist natürlich bemüht, ein optimales Bild von sich zu zeichnen (vgl. Mummendey 1990; Schmitz 2010). Zillmann u. a. (ersch.) konnten sogar zeigen, dass kleine „Schummeleien“ (vgl. auch „white lies“ bei Goffman (1969, S. 69)) regelmäßig vorkommen, jedoch vorwiegend in Kontexten und Bereichen, die für das Gegenüber letztlich unschädlich und/oder zumindest schwer aufzudecken sind.

### 3.2 Parameter der Dauer

Der Parameter der Dauer ist nicht durch sprachliche Spezifika gekennzeichnet, sondern wird anhand tatsächlich lang anhaltender Korrespondenzen (mehrere Monate, in einigen Fällen sogar mehrere Jahre) umgesetzt. Auffällig ist, dass sich einzelne Emails besonders der weiblichen Scammer über mehrere DINA4-Seiten erstrecken. Allein die Kontinuität und Fülle an preisgegebenen Informationen können vertrauensstabilisierend wirken. Sowohl der Zeitfaktor als auch quantitative Faktoren sind als Variablen zur Intensivierung der Gefühle im Rahmen des Betrugs kalkuliert.

### 3.3 Parameter der Intensität

Romance-Scammer variieren Informationsübertragungsmodi, d. h., dass sie nicht nur über Email- oder Chatdienste, sondern auch über das Telefon mit ihrem Opfer kommunizieren. Es gelingt ihnen hierdurch nicht nur reeller und glaubwürdiger zu erscheinen, eine sympathische Stimme und synchron artikulierte Liebesbekundungen können auch die Intensität der Online-Beziehung erhöhen.<sup>20</sup> Das Agieren auf mehreren Kanälen geht mit der kontinuierlich steigenden Korrespondenz-Frequenz einher. Mit SMS, Anrufen, oder kurzen elektronischen Liebesbotschaften, die über den Tag verteilt werden, gelingt es den Tätern ihre Opfer in eine emotionale Abhängigkeit zu versetzen. Auch Verweise auf die vermeintliche soziale Verantwortung (Bsp. 18), die die Opfer inzwischen übernehmen sollten, tragen dazu bei, die Beziehung zu stabilisieren und es kommt zu einer Verdichtung auf der Projektionsfläche. Das Opfer verfällt zunehmend der Illusion, es handle sich um eine wahrhafte Liebesbeziehung, die nur (noch) nicht ausgelebt werden kann.

---

20 Für den Zugewinn, den sie sich aus dem Wechsel der Informationsübertragungsmodalität erhoffen, gehen Romance-Scammer allerdings auch Risiken ein. Haben sie sich vorher als gebürtige Engländer oder Amerikaner ausgegeben und zeigen nun am Telefon mangelnde Sprachkompetenz oder einen auffälligen Akzent, kann das beim Opfer Misstrauen erzeugen. Entsprechende Nachfragen des Opfers werden dann beispielsweise überhört. Oftmals werden Antworten der Täter auch durch plötzlich auftretende technische Schwierigkeiten und dem damit verbundenen Abbruch der Telefonverbindung verhindert. Romance-Scammer bedienen sich hier sogenannter ignorierender Schweigestrategien (vgl. Marx 2011).

- (18) Meine ganze Familie hat dich liebgewonnen, [...]. (Marina) *oder* Für meine Mutter wurdest du wie der verwandte Sohn. (Dasha) *oder* BITTE, VERLASS mich NIEMALS, Und NIEMALS tue mir weh. (Liliya, Hervorh. i. O.)

Intensität entsteht aber nicht nur dadurch, dass häufig kommuniziert wird, sondern ist auch von den Inhalten und davon abhängig, wie diese sprachlich transportiert werden. Scammer schöpfen hier u. a. aus einem reichhaltigen Repertoire emotionsbezeichnender und emotionsausdrückender Lexeme (siehe zur Unterscheidung Schwarz-Friesel 2007, S. 144-154). Beispiele hierfür sollen im Folgenden dargestellt und erläutert werden.

### 3.3.1 Anredeformeln und Kosenamen

Ein Vergleich der Anredeformeln innerhalb im Korpus vorliegender umfangreicher<sup>21</sup> Korrespondenzen zeigt, dass Scammer sukzessive von einem neutralen „Hallo...“ (alternativ mit oder ohne Namen) zu einer sehr persönlichen Anredeformel übergehen. Um nicht den Eindruck von Distanzlosigkeit zu erwecken, scheinen sie dabei Aspekte der zeitlichen Regulierung zu berücksichtigen. Der emotionale Gehalt der Anredeformeln wird also allmählich erhöht (vgl. Bsp. 19).

- (19) Hallo; Hallo mein neuer Freund; Lieber; Hallo lieber XXX; Hallo teurer XXX; Mein Lieber; Süßer; Mein Süßer(Aliya)

Für ähnlich persönliche Anredeformeln werden englische Übersetzungen verwendet, wie „honey“, „my dear“ oder „my love“. Sowohl bei den Begrüßungs- als auch den Abschiedsformeln ist der hochfrequente Einsatz von Possessivpronomen auffällig. Eine real existierende nicht nur räumliche, sondern auch emotionale Distanz wird auf diese Weise minimiert oder gar negiert, in besonderer Ausprägung in Bsp. 20.

- (20) Hello my the future husband (Inna)

---

21 Hierzu zähle ich Korrespondenzen, die mindestens zehn Nachrichten pro Person aufweisen.

Liebevolle Anreden werden auch in die Texte eingeflochten und vermischen sich hier mit Kosenamen, die für die Adressaten kreiert werden.

(21) Ich werde jetzt Sie meine Liebe immer nennen. Sie nichts dagegen?(Marina)

Durch den Gebrauch von Kosenamen soll eine höchst private Kommunikationsebene zwischen den Korrespondierenden etabliert werden (vgl. Luhmann 2003, Schwarz-Friesel 2007, Schiller 2006), die Rückschlüsse auf die Qualität der emotionalen Beziehung motivieren kann (vgl. Bsp. 21).

### **3.3.2 Liebeserklärungen**

So vielfältig Liebeserklärungen im wahren Leben sein können, so vielfältige Varianten finden sich auch in Nachrichten von Scammern. In 75% der Nachrichten wird Liebe als Emotion direkt benannt, ebenso häufig wird der Zustand, in dem sich die Korrespondierenden befinden (sollten), als „Glück“ oder „glücklich“ beschrieben. Vergleiche (21, 23) und Metaphern (22) werden verwendet, um die besondere Intensität der Gefühle zu verdeutlichen.

(22) „Ich nichts kann mit mir machen, es ist die Liebe, es singt mir wie der Vogel im Frühlingshimmel, ich denke, dass es das Schicksal ist. (Marina)

(23) Du bist mein ein und alles und du bist meine neue Welt! (William)

(24) Unsere Herzen, wie zwei große Ozeane. Sie sind umfangreich und sehr tief, aber doch ruhig auf die Oberflächen. Ich träume, dass sich unsere zwei Ozeane in der mächtigen Welle treffen werden, die die Erde aufschütteln wird. Auch dann wir ein umfangreicher schöner Ozean, mächtig und für immer. Ein Herz, einen Ozean. (Tatyana)

In vielen Fällen sind die Liebesbekundungen hochgradig larmoyant und für nicht emotional Involvierte eher erheiternd. Interessanterweise wirkt die sprachliche Unbeholfenheit, mit der derartige romantische Klischees formuliert werden, dem Effekt der Lächerlichkeit entgegen und stützt den Eindruck von einem schutzbedürftigen Mädchen. Eine Möglichkeit, besondere Intensität von Gefühlen auszudrücken, ist die Sprachlosigkeit, die anstelle der empfundenen Gefühle

thematisiert wird<sup>22</sup> (vgl. Bsp. 25, 26) und dazu dienen kann, die Einzigartigkeit und besondere Tiefe der Empfindungen darzustellen, aber auch Ambiguitäten (vgl. Domke/Vollmann 2008) und damit Freiräume für Projektionen (vgl. Marx 2011) zu schaffen.

(25) Liebe Mein Engel, Vielen Dank für Ihre Massage meine Liebe, Honey, ich liebe dich mehr als Worte sagen können. Mein Herz wird immer dir gehören. [...] Liebe immer, Robert.

(26) Ich habe keine Wörter. (Marina)

Intensivierend wirken auch Schilderungen über die emotionale Auswirkung, die die Korrespondenz und der unterbrochene Kontakt (vermeintlich) auf den Scammer haben. Hier werden Verhaltensmodifikationen beschrieben, die den Alltag betreffen und für Menschen, die den Scammer umgeben, deutlich wahrnehmbar sind (Bsp. 27). Ebenso wird eine emotionale Abhängigkeit von der neuen Situation und damit von der adressierten Person (dem Opfer) postuliert (Bsp. 28). Das erste Aufeinandertreffen wird sorgfältig geplant und als ideale Wunschvorstellung skizziert (Bsp. 29), die durchaus sexuelle Anspielungen enthalten kann.

(27) Sie [die Freundinnen] freuen sich, dass wir uns kennengelernt haben. Sie haben mir gesagt, dass sie einige Änderungen in mir bemerkt haben. Sie sagten, dass ich glücklicher aussehe. (Aliya)

(28) [...] ANDERS, Ich werde EINFACH verrückt werden, Ich WERDE es nicht ertragen, WENN wir ZUSAMMEN nicht sein KÖNNEN. (Dasha, Hervorh. i. O.)

(29) Die gemeinsamen Spaziergänge, das Frühstück das Mittagessen und das Abendessen, das Treffen mit deinen Freunde, den gemeinsamen Sport, ist das alles Wird unser mit dir das Glück vereinigen. [...] Ebenso will ich deinen gewohnheitsmäßigen Lebensrhythmus nicht zerstören, [...]. Und ich werde auf dich am Abend, zum leckeren Abendessen warten, das speziell für dich vorbereitet ist! (Oksana)

---

22 Schwarz-Friesel (2007, S. 280) beschreibt diese Strategie im Kontext von Trauer.

Schließlich gelingt es den Scammern, ihre Opfer von der Wahrhaftigkeit ihrer Absichten zu überzeugen, in dem sie diese scheinbar in ihren Alltag integrieren und beispielsweise mit Rat suchenden Fragen konfrontieren (Bsp. 30).

- (30) Ich habe einen Freund. Sie hat eine Tochter. Morgen dreht sie 7 Jahre alt. Mein Freund lud mich zu ihrer Geburtstagsparty. Ehrlich gesagt, wei? ich nicht, was zu geben. Sie dreht sich um 7 Jahre alt. Ich denke, ihr ein Buch oder ein Spielzeug zu kaufen. Glaubst du, es ware besser? Sie ist in diesem Jahr zur Schule gehen, ich glaube, das beste Geschenk ein Buch. Aber sie ist noch ein Kind. Vielleicht will sie spielen. Vielleicht haben Sie Anregungen? (Nastasya)

#### **4. Die emotionale Falle als Konsequenz**

Geradezu unausweichlich erwächst aus der kontinuierlich wachsenden emotionalen Intensität der Wunsch, sich von Angesicht zu Angesicht zu sehen. Unter anderem durch idealisierte Beschreibungen (wie in Bsp. 29) wird die Vorfreude auf das persönliche Kennenlernen geschürt. Wenn die Täter/innen nun in eine scheinbar ausweglose Situation geraten<sup>23</sup>, gibt es für das Opfer beinahe keine andere Möglichkeit als zu helfen. Das Opfer, das inzwischen in eine emotionale Abhängigkeit von hochgefühl-elizitierenden Elementen im Alltag geworden ist, erachtet es als selbstverständlich, dem (potenziellen) Partner/der (potenziellen) Partnerin finanziell zu helfen, weil es die ausweglose Situation miterlebt, weil es sich selbst vom Unglück des Anderen/der Anderen betroffen fühlt. Hinzu kommt, dass auch das Opfer bemüht ist, sein Gesicht zu wahren – es möchte in dieser Ausnahmesituation nicht kleinlich oder gar geizig erscheinen und überweist die benötigte Geldsumme.

#### **5. Fazit und Ausblick**

Es wurde postuliert, dass es Romance-Scammern über die Strategie der Emotionskreation gelingt, ihre Opfer in einen Zustand der Verliebtheit oder gar Liebe zu versetzen und eine Vertrauensbasis zu etablieren. Anhand von authentischen

---

23 Einige dieser Situationen sind beispielsweise: Der Scammer hat einen Unfall; seine Kreditkarten werden gestohlen oder sein Kind muss ins Krankenhaus.



Belegen aus Email-Korrespondenzen konnte gezeigt werden, dass die dominierende persuasive Strategie darin besteht, die drei gefühlskonstituierenden Parameter Wertigkeit/Qualität, Dauer und Intensität systematisch sprachlich be- oder umzusetzen.

Virtuelle Heiratsschwindler orientieren sich an stereotypen und über die letzten Jahrzehnte recht stabilen Einflussgrößen auf die Partnerwahl. Männer präsentieren sich als gefühls- und verantwortungsvoll, Frauen als attraktiv, flexibel und schutzbedürftig. Auf diese Weise wird eine große Anzahl Kontaktsuchender erreicht. Um seriös zu wirken, weisen alle Heiratsschwindler auf ihre Internet-unerfahrenheit hin und konstruieren damit einen weiteren Anknüpfungspunkt, der dazu beitragen kann, soziale Nähe zu schaffen.

Die virtuelle Beziehung wird sukzessive aufgebaut, die Frequenz der elektronischen Nachrichten steigt in angemessenem Tempo, die Kontaktmodalitäten werden um weitere Kanäle (beispielsweise das Telefon) erweitert. Auf diese Weise vergrößert sich auch der Projektionsraum für das Opfer kontinuierlich, Wunschvorstellungen werden durch strategisch präsentierte Informationen genährt. Das Opfer wird scheinbar in die Welt des Scammers integriert, Freunde und Verwandte beziehen Stellung zur sich etablierenden Beziehung. Der Scammer lässt das Opfer am Prozess seiner angeblich entstehenden Gefühle, seiner entstehenden emotionalen Abhängigkeit teilhaben, indem er diese explizit thematisiert. Vertrauliche Begrüßungsformeln, Kosenamen, romantische Metaphern und Vergleiche gehören ebenso zum persuasiven Repertoire virtueller Heiratsschwindler wie die hochemotionale Sprachlosigkeit.

Insgesamt ist die Emotionskreation darauf angelegt, sich von echten Online-Liebesbeziehungen möglichst wenig zu unterscheiden, es war Ziel dieses Aufsatzes, zu zeigen, wie der Verlauf echter Liebesbeziehungen simuliert wird. Das Augenmerk lag also darauf Strategien zu identifizieren, über die emotionale Überzeugungsarbeit geleistet wird. Dabei wurde deutlich, dass oftmals lediglich die Geldforderung zu Skepsis motiviert. Es wird Gegenstand weiterer Untersuchungen sein, Indikatoren zu identifizieren, die Rückschlüsse auf einen eventuellen Betrug zulassen. Daten aus einem Vergleichskorpus, das Korrespondenzen enthält, die die Initialphasen von (inzwischen offline geführten) romantischen

Beziehungen dokumentieren, sollen zu diesem Zweck in die Analyse einbezogen werden.

## Literatur

- BAHL, Anke: *Zwischen On- und Offline*. Identität und Selbstdarstellung im Internet. München 1997.
- BEIßWENGER, Michael: *Kommunikation in virtuellen Welten: Sprache, Text und Wirklichkeit*. Stuttgart 2000.
- BEN-ZE'EV, Aaron: *Love Online*. Emotions on the Internet. Cambridge 2004.
- BIERHOFF, Hans/GRAU, Ina: *Romantische Beziehungen: Bindung, Liebe, Partnerschaft*. Bern 1999.
- BREHM, Miron: *Reactance Theory – 40 Years Later*. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie, 1, 2006, 9-18.
- CHENAULT, Brittney G.: *Developing personal and emotional relationships via computer-mediated communication*. In: CMC-Magazine 1998. (Onlinepublikation: <http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html>. Stand: 21.10.2011).
- DOMKE, Christine/VOLLMANN, Justin: *Merkmale des Unsagbaren*. Überlegungen zum Verschweigen als zentralem Bestandteil der Liebeskommunikation. In: Aptum 3, 2008, 193-213.
- DÖRING, Nicola: *Romantische Beziehungen im Netz*. In: Thimm, Caja (Hg.): *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Netz*. Opladen 2000, 39-70.
- DÖRING, Nicola: *Internet-Liebe: Zur technischen Medialisierung intimer Kommunikation*. In: Höflisch, Julian/Gebhardt, Joachim (Hgg.): *Vermittlungskulturen im Wandel: Brief-Email-SMS*. Berlin 2003, 233-264.
- DÖRING, Nicola: *Sozialkontakte online: Identitäten, Beziehungen, Gemeinschaften*. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hgg.): *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden 2010, 159-183.
- GOFFMAN, Erving: *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth 1969.
- HEJJ, Andreas: *Traumpartner*. Evolutionspsychologische Aspekte der Partnerwahl. Berlin, Heidelberg 1996.
- HOFSTÄTTER, Peter: *Das Denken in Stereotypen*. Göttingen 1960.
- KALINOWSKI, Uwe: *Emotionstransport in textuellen Chats*. In: Networx 12, 1999. (Onlinepublikation: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-12/emotionstransfer.html>. Stand: 28.10.2011).
- LUHMANN, Niklas: *Liebe als Passion*. Zur Codierung von Intimität. 7. Aufl. Frankfurt am Main 2003.
- MARX, Konstanze: *Das große Schweigen*. Wie das Nicht-Gesagte virtuelle Romanzen generiert. Vortrag auf der Konferenz „Gefühle sprechen. Emotionen an den Anfängen und Grenzen der Sprache.“ Freie Universität Berlin, 15.10.2011.

- MEES, Ulrich/WULF, Carmen: *Typical intensity indicators for romantic love and being in love*. In: *Emotion Researcher*, 26, 2, 2011, 7-9.
- MUMMENDEY, Hans D.: *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen 1990.
- PANKOW, Christiane: *Zur Darstellung nonverbalen Verhaltens in deutschen und schwedischen IRC-Chats*. Eine Korpusuntersuchung. In: *Linguistik online* 15,3, 2003.
- RIEMANN, Viola: *Kontaktanzeigen im Wandel der Zeit: Eine Inhaltsanalyse*. Opladen 1999.
- ROST, Wolfgang: *Emotionen*. Elixire des Lebens. 2. Aufl. Berlin 2001.
- RUNKEHL, Jens u. a.: *Sprache und Kommunikation im Internet: Überblick und Analysen*. Opladen 1998.
- SCHILLER, Maria: *Pragmatik der Diminutiva, Kosenamen und Kosewörter in der modernen russischen Umgangsliteratursprache*. München 2006.
- SCHMIDT-ATZERT, Lothar: *Lehrbuch der Emotionspsychologie*. Stuttgart 1996.
- SCHMITZ, Andreas: *Virtuelle Zwischengeschlechtlichkeit im Kontext relationale Methodologie*. Überlegungen zu einer Soziologie der digitalen Partnerwahl. In: Soeffner, Hans-Georg (Hg.): *Unsichere Zeiten*. Herausforderungen gesellschaftlicher Transformationen. Verhandlungen des 34. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Jena 2008. Wiesbaden 2010, 1-12.
- SCHULZ, Florian u. a.: *Wer nutzt Internetkontaktbörsen in Deutschland?* In: *Zeitschrift für Familienforschung* 20, 2008, 271-292.
- SCHULZ, Florian/ZILLMANN, Doreen: *Das Internet als Heiratsmarkt*. Ausgewählte Aspekte aus Sicht der empirischen Partnerwahlforschung. In: *Bamberg ifb-Materialien* 4, 2009.
- SCHWARZ-FRIESEL, Monika: *Sprache und Emotion*. Tübingen 2007.
- SKOPEK, Jan: *Der spezifische Marktwert von Männern und Frauen im Online-Dating*. Unveröffentlichtes Arbeitspapier 2006.
- SKOPEK, Jan u. a.: *Who Contacts Whom? Educational Homophily in Online Mate Selection*. In: *European Sociological Review*, 27, 2, 2011, 180-195.
- STOLT, Birgit/TROST, Jan. *Hier bin ich! Wo bist Du?* Heiratsanzeigen und ihr Echo. Kronberg 1976.
- THIMM, Caja/EHMER, Heidi: *„Wie im richtigen Leben...“: Soziale Identität und sprachliche Kommunikation in einer Newsgroup*. In: Thimm, Caja: *Soziales im Netz*. Opladen 2000, 220-239.
- ZILLMANN, Doreen u. a.: *Lügner haben kurze Beine*. Zum Zusammenhang unwahrer Selbstdarstellung und partnerschaftlicher Chancen im Online-Dating. In: *Online dating: social innovation and a tool for research on partnership formation*. Sonderheft der Zeitschrift für Familienforschung. 2011. (= Journal of Family Research). (erscheint).